

# Grandi aspettative per il Salone di Ginevra

**La 76esima edizione del Salone dell'Auto di Ginevra si annuncia estremamente ricca, per le coreografie d'eccezione e per le oltre centoquaranta anteprime, che dal 2 al 12 marzo trasformeranno la città nella capitale mondiale dell'automobile.**

Il Salone di Ginevra, giunto alla sua 76esima edizione, presenta 74 anteprime mondiali, 33 anteprime europee e 42 anteprime svizzere: produttori alla riscossa, dunque, per risvegliare il mercato elvetico, piccolo ma caratterizzato da una grande attenzione per i modelli di fascia medio-alta.

Se l'edizione dello scorso anno era orientata all'ambito storico, quest'annata è chiaramente basata sul futuro. Saranno circa 900 le marche provenienti da una trentina di paesi, rappresentate da non meno di 260 espositori.

L'anno appena conclusosi è stato uno dei peggiori per gli importatori d'auto svizzeri: appena 259.426 le auto nuove vendute, cioè il 3,6% in meno rispetto a un 2004 che già non era stato grandioso. Nonostante un calo di immatricolazioni del 20% negli ultimi sei anni, Tony Wohlgensinger, presidente dell'associazione svizzera degli importatori di automobili, è piuttosto ottimista per il 2006, prevedendo

una leggera ripresa che in effetti già si sta manifestando.

La realtà è stata ovviamente molto diversificata in Svizzera nel 2005 (vedi anche tabella). Particolarmente positiva per marche come Aston Martin (+97,1%), Cadillac (+42,9%), Skoda (+39,8%), Kia (+34,6%), Ferrari (+26,4%), Chevrolet (+21,1%), Daihatsu (+14,3%), Nissan (+12,8%), Land-Rover (+11,1%) Suzuki (+10,5%).

Piuttosto negativa invece per Jaguar/Daimler (-29,8%), Smart (-27,7%), Mg Rover (-24,9%), Alfa Romeo (-19,9%), Saab (-18,1%), Opel (-18,1%), Mazda (-17,2%), Lancia (-13,9%) e Peugeot (-10,5%).

Anche a livello europeo il settore 'ha il freno a mano tirato'. Con 1.070.507 unità vendute, il mese di dicembre ha registrato un calo del 3,9%; in novembre il calo era stato del 2,8% e in ottobre del 2,6%; sull'anno intero le vendite sono diminuite dello 0,7%, scen-



## Come arrivare al Salone di Ginevra 2006: date, orari, prezzi

### In treno

La stazione di Ginevra - Aeroporto è situata a tre minuti a piedi dal padiglione 7 del Palexpo.

Vi sono dei biglietti cumulativi treno + entrata, in vendita in tutte le stazioni con lo sconto del 30%. Per informazioni più specifiche consultate il sito delle ferrovie elvetiche [www.sbb.ch/it](http://www.sbb.ch/it).

### In auto

#### - Dal centro di Ginevra:

seguire la strada per Meyrin, quindi prendere l'Autostrada verso Losanna e seguire le indicazioni Palais des Expositions, Palexpo ou Salon.

#### - Da Losanna:

dall'autostrada prendere la direzione Aeroporto e seguire le indicazioni Palais des Expositions, Palexpo ou Salon.

### Prezzi dei biglietti:

**Adulti:** 14 franchi.

**Ragazzi dai 6 ai 16 anni:** 8 franchi.

### Orari di apertura

**Feriale** dalle 10 alle 20

**Weekend** dalle 9 alle 19

[www.salon-auto.ch](http://www.salon-auto.ch)

## Porsche e Amag, una storia di successo da oltre mezzo secolo

Vendere vetture Volkswagen e Porsche sotto il medesimo tetto è da oltre 50 anni il 'modello di business' della Amag. La società iniziò nel 1948 a importare Volkswagen e tre anni dopo, nel 1951, venne venduta la prima Porsche 356.

Praticamente da sempre le Case Porsche e Volkswagen sono legate tra loro: basti pensare alla mitica Vw-Porsche degli anni Settanta, piccola sportiva con motore centrale. Inoltre fu proprio Ferdinand Porsche ad inventare il 'Maggiolino' e ad essere tra i fondatori del gruppo Volkswagen. La collaborazione è proseguita anche ultimamente con la Vw Touareg e la Porsche Cayenne, e non meraviglia quindi che nel 2005 la Porsche abbia acquistato un'importante quota di azioni Volkswagen. Dal 1998 Porsche è tra le società più redditizie a livello mondiale, e Wendelin Wiedeking, presidente e amministratore delegato, è stato più volte eletto miglior manager dell'anno. I modelli in vendita ora sono cinque: Boxster, Cayman, 911 Carrera, Carrera GT e Cayenne.

In controtendenza, il 2005 è stato un altro anno record per la Porsche: la Casa ha potuto registrare un aumento delle vendite pari al 21% in Medio Oriente, al 75% in Cina, al 38% in Russia e al 38% in Sudamerica. In Europa invece il record si registra in Italia e Spagna, con rispettivamente + 29 e + 28 %, e pure in Germania, dove la stagnazione economica è stata più marcata, l'aumento è stato pari al 14%, con 13.902 vetture, record assoluto.

Il mercato svizzero è da sempre molto importante e redditizio per la Porsche: ben 1700 le vetture vendute sul nostro territorio nel 2005, che rappresentano il 2% del volume totale di vendita e fanno della Confederazione il sesto mercato mondiale.

A livello globale nel 2004 Porsche ha venduto 88.400 vetture: il 27% erano 911, lo 0,7 % Carrera GT, il 18% Boxster e ben il 41,9% Cayenne. Non meraviglia quindi che ora con la Cayman, e dal 2009 con la quattro porte Panamera, in Casa Porsche si preveda di superare le 120mila unità.

Amag, che nel 2005 ha lanciato ben 19 nuovi modelli (tra l'altro Golf Gti, Golf Plus, Audi A4 e S4, Seat Leon, Skoda Octavia Combi, Porsche 911 Cabrio, Porsche 911 4x4, Porsche Cayman S), detiene il 20,4 % del mercato elvetico, anche se ha venduto 600 vetture in meno del 2004.

È il principale importatore svizzero, il primo per vendite di Diesel, il primo per vendite di modelli a 4 porte e ha in portafoglio sia la marca (Volkswagen) sia il modello (Golf) più venduto, insieme ad altri tre modelli (Skoda Octavia, Audi A4 e Vw Touran) tutti presenti nella top ten di quelli preferiti dagli svizzeri.

Da sinistra, Roland Frauchiger, direttore generale e delegato del consiglio d'amministrazione della Amag Automobil-und Motoren Ag; Wendelin Wiedeking, presidente e amministratore delegato di Porsche; Martin Haefner, presidente del consiglio di amministrazione Amag Automobil-und Motoren e delegato del Consiglio d'amministrazione della Careal Holding.



dendo a 15.222.939: un anno di stagnazione insomma.

Sulla debolezza della domanda di auto in Europa pesa un quadro congiunturale certo non caratterizzato da tassi di sviluppo sostenuti, peggiore di quello di altri grandi mercati, come Stati Uniti o Giappone, dove l'economia cresce a ritmi ben superiori.

Leggermente più positivi i risultati di gennaio 2006, che in Europa ha visto 1,21 milioni di nuove vetture immatricolate, cioè un 2,9% in più rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente.

Paradossalmente il volano di possibile ripresa è l'alto costo del carburante. I clienti hanno infatti risposto alla congiuntura allungando la durata d'esercizio dei veicoli. Oggi in Svizzera circa 1,1 milioni di vetture hanno più di 10 anni, quasi il doppio rispetto

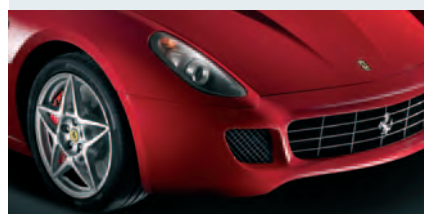
## Auto nuove immatricolate in Svizzera

Marche	Dic. 05	Dic. 04	+/- %	Tot. 05	Tot. 04	+/- %
Audi	1'265	1'081	17.0	13'654	14'062	-2.9
Porsche	120	97	23.7	1'713	1'710	0.2
Volkswagen	3'007	2'450	22.7	27'260	28'934	-5.8
BMW	1'249	1'308	-4.5	13'248	13'791	-3.9
MINI	246	213	15.5	3'079	2'931	5.0
BMW Alpina	2	3		18	32	-43.8
Ford	549	877	-37.4	12'329	13'511	-8.7
Mercedes	744	920	-19.1	13'142	12'861	2.2
Smart	58	337	-82.8	3'120	4'314	-27.7
Opel	1'055	1'716	-38.5	18'992	23'182	-18.1
<b>Tot. tedesche</b>	<b>8'295</b>	<b>9'002</b>	<b>-7.9</b>	<b>106'555</b>	<b>115'328</b>	<b>-7.6</b>
Citroën	762	705	8.1	11'269	10'777	4.6
Peugeot	836	1'159	-27.9	13'537	15'129	-10.5
Renault	993	1'421	-30.1	15'586	16'294	-4.3
<b>Tot. francesi</b>	<b>2'591</b>	<b>3'285</b>	<b>-21.1</b>	<b>40'392</b>	<b>42'200</b>	<b>-4.3</b>
Alfa Romeo	211	371	-43.1	3'985	4'978	-19.9
Ferrari	8	9	-11.1	287	227	26.4
Fiat	684	576	18.8	7'309	7'985	-8.5
Lancia	62	82	-24.4	1'003	1'165	-13.9
Maserati	12	24	-50.0	261	255	2.4
<b>Tot. italiane</b>	<b>977</b>	<b>1'062</b>	<b>-8.0</b>	<b>12'845</b>	<b>14'610</b>	<b>-12.1</b>
Daihatsu	84	114	-26.3	1'485	1'299	14.3
Honda	600	555	8.1	8'599	8'550	0.6
Mazda	499	462	8.0	6'081	7'347	-17.2
Mitsubishi	273	189	44.4	4'470	4'737	-5.6
Nissan	84	477	-82.4	7'301	6'473	12.8
Subaru	408	559	-27.0	9'108	9'561	-4.7
Suzuki	276	249	10.8	3'273	2'961	10.5
Toyota	1'819	1'117	62.8	16'848	16'549	1.8
Lexus	60	35	71.4	706	769	-8.2
<b>Tot. Giappone</b>	<b>4'103</b>	<b>3'757</b>	<b>9.2</b>	<b>57'871</b>	<b>58'246</b>	<b>-0.6</b>
Saab	251	203	23.6	1'750	2'138	-18.1
Volvo	497	603	-17.6	6'796	6'845	-0.7
<b>Tot. svedesi</b>	<b>748</b>	<b>806</b>	<b>-7.2</b>	<b>8'546</b>	<b>8'983</b>	<b>-4.9</b>
Aston Martin	8	8	0.0	134	68	97.1
Jaguar/Daimler	79	118	-33.1	853	1'215	-29.8
Land-Rover	177	111	59.5	1'403	1'263	11.1
MG/Rover	6	15	-60.0	274	365	-24.9
<b>Tot. inglesi</b>	<b>270</b>	<b>252</b>	<b>7.1</b>	<b>2'664</b>	<b>2'911</b>	<b>-8.5</b>
Cadillac	27	63	-57.1	313	219	42.9
Chevrolet	10	15	-33.3	258	213	21.1
Chrysler/Jeep/Dodge	204	152	34.2	2'604	2'674	-2.6
<b>Tot. americane</b>	<b>241</b>	<b>230</b>	<b>4.8</b>	<b>3'175</b>	<b>3'106</b>	<b>2.2</b>
Chevrolet (Daewoo)	251	280	-10.4	2'654	2'728	-2.7
Hyundai	508	559	-9.1	6'917	7'050	-1.9
Kia	459	543	-15.5	5'269	3'916	34.6
<b>Tot. coreane</b>	<b>1'218</b>	<b>1'382</b>	<b>-11.9</b>	<b>14'840</b>	<b>13'694</b>	<b>8.4</b>
Skoda CZ	466	333	39.9	5'858	4'189	39.8
Seat E	469	343	36.7	5'258	5'053	4.1
<b>Tot. marche diverse</b>	<b>196</b>	<b>61</b>	<b>221.3</b>	<b>1'422</b>	<b>891</b>	<b>59.6</b>
<b>Totale glob.</b>	<b>19'574</b>	<b>20'513</b>	<b>-4.6</b>	<b>259'426</b>	<b>269'211</b>	<b>-3.6</b>
di cui 4 x 4	3'011	4'741	-36.5	56'226	56'061	0.3
di cui Diesel	5'443	6'153	-11.5	72'831	69'824	4.3

Fonte: auto-suisse / OFROU/MOFIS 03.02.06

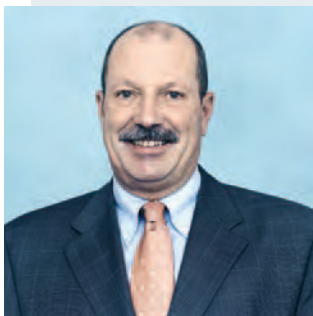
## La Svizzera e le sportive di lusso

La Svizzera è davvero una sorta di 'paradiso' per le auto sportive di lusso. Prendiamo la Ferrari: nel 2004, su un totale di 4975 'rosse' prodotte, 284 sono state vendute in Svizzera, il che significa 38.4 auto vendute per milione di abitanti, di gran lunga la cifra più alta a livello mondiale: l'Italia, al secondo posto, raggiungeva infatti quota 10.3 veicoli, mentre negli Stati Uniti - il principale mercato con oltre 1600 Ferrari vendute - non si toccava la media di 7. Oggi, complici gli utili record raggiunti dalle banche, i rivenditori registrano in particolare un boom delle occasioni: molti acquirenti optano infatti per questa possibilità, considerando che per una Ferrari nuova bisogna attendere almeno due anni. Gli acquirenti di Ferrari d'occasione, che provengono dall'ambito bancario, hanno mediamente tra i 30 e i 45 anni d'età, sono quindi più giovani della clientela media del marchio italiano. Una rossa d'occasione costa, a seconda del modello, dai 100 ai 180mila franchi: a 100mila franchi corrisponde mediamente il bonus andato a beneficio dei collaboratori di Ubs per i risultati dell'esercizio 2004; nel 2005 l'utile è cresciuto di circa il 75 per cento, e questo ovviamente porta tutti i rivenditori di auto sportive di lusso a prevedere ottimi affari per i mesi a seguire. Non solo Ferrari, dunque, ma per esempio anche Porsche (attorno al lago di Zurigo si registrano le più alte vendite per questo marchio) e Aston Martin (delle 2000 unità prodotte all'anno 200 sbarcano in Svizzera).



## Prestiti e autoleasing sotto un unico tetto

*L'innovativa formula messa a punto da Credit Suisse consente di stipulare un contratto di leasing oppure di ottenere un credito privato avendo un unico referente; una modalità che garantisce al concessionario d'auto un servizio più celere e accurato, agevolando nel contempo il cliente, che ha un unico partner di riferimento.*



In Svizzera è in continua crescita il numero degli acquirenti che fanno ricorso al leasing per l'acquisto di una nuova vettura, tant'è che oggi un'automobile su due viene acquistata proprio con questa modalità. L'introduzione nel gennaio del 2003 delle nuove norme di legge sul credito al consumo, secondo alcuni operatori ha tuttavia contribuito a frenare la propensione all'acquisto, gravando ulteriormente su un settore, quello dell'auto, che sta vivendo qualche difficoltà. È questo quanto emerge dalle prime valutazioni di commercianti e operatori economici, alle prese con una legge che, nel limitare l'assunzione "precipitosa ed irresponsabile" dei crediti, rischia anche di frenare ulteriormente il commercio al dettaglio. A preoccupare è anche l'aumento delle procedure; il diritto di revoca di un credito concesso sotto forma di anticipo su conto corrente da parte di un debitore, entro sette giorni dal ricevimento della copia di un contratto d'acquisto, prolunga i termini di consegna del bene acquistato. Alla nuova legge soggiacciono tutti i contratti relativi ai beni mobili siglati con privati, destinati all'uso non professionale che stabiliscono l'aumento delle rate convenute in caso di scioglimento anticipato del contratto di leasing. I contratti di leasing rescindibili pre-

vedono che in caso di scioglimento anticipato, ovvero di disdetta, le rate di leasing convenute vengano calcolate sulla durata ridotta effettiva e conteggiate posteriormente all'utilizzatore. La Lcc cita esplicitamente questa richiesta suppletiva in caso di disdetta, purché i contratti soddisfino determinate prescrizioni di forma e contenuto legale.

«La materia è complessa, ed è per questo che invitiamo i consumatori e gli acquirenti di auto a rivolgersi ad organizzazioni concessionarie di leasing che, come Credit Suisse, garantiscano un servizio competente sui risvolti della nuova legge», spiega Giacomo Keller, consulente della clientela garage per Credit Suisse Consumer Finance, branca del Credit Suisse che si occupa del leasing, e che offre oggi ai garage la facoltà di usufruire di un nuovo servizio chiamato 'direct leasing', che consente di stilare on-line il contratto di finanziamento del leasing: attraverso i dati del cliente, il concessionario d'auto ha infatti la possibilità di verificare, in tempo reale, la solvibilità finanziaria dell'acquirente. Da segnalare al riguardo che da solo il Credit Suisse nel 2005 ha concluso in Svizzera oltre 14mila contratti di leasing, di cui 1200 in Ticino. La media unitaria di finanziamento si situa intorno ai 37/39 mila franchi a contratto.

Ma perché il leasing sull'auto risulta così attrattivo? «I consumatori», spiega Keller, «hanno compreso che questa modalità apre la strada verso un modo più intelligente di acquistare: si guadagna infatti uno spazio di manovra finanziario, affittando anziché acquistando». Sinteticamente, ecco i vantaggi per chi stipula un leasing: la possibilità di conservare la propria liquidità per altri scopi; il sottoscrittore non investe più una somma cospicua nell'acquisto di un'automobile, ma l'importo viene distribuito sull'arco di più anni; a intervalli regolari il sottoscrittore può mettersi al volante di un nuovo modello di vettura, dalla tecnologia più avanzata e con la certezza di una maggiore sicurezza e di inferiori costi di manutenzione; vengono evitati tutti i rischi di proprietà che accompagnano un acquisto in contanti (perdite in caso di rivendita e di permuta); da ultimo, nel caso il leasing venga acceso da un imprenditore, avrà addirittura la possibilità di dedurre i canoni dalle imposte quali spese d'esercizio.

Il leasing è dunque sempre conveniente? «Dipende unicamente dal modo in cui viene utilizzata la vettura: se viene impiegata solo privatamente e per un lasso di tempo indeterminato, cioè fino alla sua rottamazione, e l'acquirente non ha ulteriori esigenze e non vuole dipendere da terzi (casco totale obbligatorio, manutenzione, ecc.), può essere più interessante l'alternativa del credito privato. Anche in questo caso si può naturalmente richiedere un finanziamento alla banca. L'offerta, semplice e veloce, può essere richiesta anche on-line attraverso il sito internet di Credit Suisse», conclude Giacomo Keller.

**Dall'alto, i consulenti leasing e crediti di Credit Suisse regione Ticino: Mario Fancello (responsabile regionale), Giacomo Keller, Adonis Fasoletti e Diego Milani.**

al 1995.

Ma il progresso tecnologico ha creato macchine sempre più efficienti e questo rende poco conveniente tenere in garage un modello

caratterizzato da alti consumi.

Insomma, si finisce per spendere dal benzinaio buona parte di quanto si risparmia rimandando l'ingresso dal concessionario.